

C I R C U L A R

G.G. - 2

REGLAMENTO SOBRE PUBLICIDAD

Por la presente me permito informar al personal de La Jornada sobre los términos que hemos establecido para el manejo de la publicidad y de las comisiones respectivas en nuestro diario a partir del 1° de noviembre de 1984. La intención es contar con un mínimo de reglas básicas que, a reserva de mejorarse, nos permitan realizar coordinadamente un gran esfuerzo conjunto para colaborar, todos, a traer publicidad a La Jornada y recibir por ello, además, un cierto beneficio económico. Estas son:

- 1.- La publicidad es un elemento fundamental para el sostenimiento de nuestro diario, a precios lo más accesibles que sea posible para el público. Su control se centralizará en la Coordinación de Publicidad de la Gerencia General. Dicha Coordinación tiene como función principal impulsar y organizar el esfuerzo y el trabajo de los agentes de publicidad (de planta o libres), del Roll (que no tendrá comisiones directas), de los reporteros, y en general de todos los que laboramos en La Jornada y de quienes, desde afuera, brinden su cooperación. Así mismo, otra función prioritaria será negociar directamente los contratos importantes para el diario.
- 2.- Por razones de trabajo, operatividad y tradición, los reporteros tendrán exclusividad en principio para atender publicitariamente los requerimientos de sus respectivas fuentes informativas, sin que esto cancele en forma alguna la posibilidad de conjugar otros esfuerzos cuando proceda de acuerdo al interés del diario o a la amplitud y diversidad de la fuente.
- 3.- El Roll de Publicidad tendrá como funciones principales el consolidar, administrar y supervisar la publicidad que diariamente se difunda, así como colaborar a promover y captar la publicidad social, la estatal y la comercial no obtenida por agentes. Tendrá también la responsabilidad de operar como oficina receptora de publicidad o inserciones traídas directamente al periódico.
- 4.- El pago de comisiones al personal del periódico buscará la mayor equidad posible; en algunos casos será individual y en otros general. Se crearán dos fondos especiales, uno de Reporteros y otro Colectivo. El primero será repartible mensualmente entre todos los reporteros proporcionalmente a su sueldo. El Fondo Colectivo será repartible (salvo acuerdo mayoritario diferente) tentativamente cada 3 meses, en forma razonablemente proporcional al sueldo entre todo el personal con más de tres meses de antigüedad, exceptuando a los reporteros y a los agentes de publicidad, quienes recibirán comisiones por otros medios. Los pagos de comisiones serán sobre la publicidad cobrada y según se contrate ésta, en efectivo o en especie, proporcionalmente. Ciertos intercambios cuya naturaleza dificulte el pago en especie se pagarán en otra especie en forma equivalente.



5.- La publicidad se cataloga y comisiona de la siguiente forma:

a) Publicidad social (desplegados de partidos políticos, sindicatos, asociaciones, inserciones de particulares y otras similares).

- Cuando sea traída directamente al periódico se registrará como SOCIAL DIRECTA en la orden de inserción y sólo generará una comisión del 4% para el Fondo Colectivo.
- Cuando sea obtenida, y el anunciante así lo especifique por escrito, por cualquier trabajador del diario, se registrará como SOCIAL ACREDITADA y se pagará el 6% al trabajador y el 4% pasará al Fondo Colectivo. Para este caso es requisito que el trabajador traiga la publicidad y que no haya descuento. Los agentes de publicidad requerirán el visto bueno previo, tratándose de partidos políticos, sindicatos o asociaciones relacionados con alguna fuente informativa.

b) Publicidad estatal (del gobierno federal, estatales o municipales, organismos descentralizados, empresas de participación estatal, sociedades nacionales de crédito y otras instituciones públicas de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial).

- Cuando corresponda a publicidad negociada por personal directivo del periódico y/o acordada por convenio, se registrará como ESTATAL DIRECTA y se comisionará 3% para el Fondo de Reporteros y el 4% para el Fondo Colectivo.
- Cuando en casos especiales esta publicidad sea obtenida fuera de convenio, sin intervención de directivo y por esfuerzo específico de un reportero, agente de publicidad (con autorización expresa) o cualquier trabajador del diario (con autorización expresa), se registrará como ESTATAL ACREDITADA y el trabajador recibirá el 3% de comisión, siempre y cuando el anunciante así lo especifique en la orden de inserción correspondiente. También un 3% pasará al Fondo de Reporteros y 4% al Fondo Colectivo. En el caso de que esta publicidad se obtenga a través de agencia publicitaria la comisión se pagará : 3% al Fondo de Reporteros y 2% a quien la obtenga.

c) Publicidad comercial (de empresas o negociaciones privadas o colectivas, o individual, de índole comercial)

- Cuando sea obtenida por nuestros agentes de publicidad se acreditará como COMERCIAL CLIENTE o COMERCIAL AGENCIA, según el caso y se pagará el 15% y el 5% respectivamente en lo general, salvo acuerdos específicos diferentes. Si llega directamente al diario será COMERCIAL DIRECTA y no causará comisión.
- Cuando esta publicidad sea negociada por algun trabajador del diario (no agente), podrá traerla directamente o reportarla con los datos completos al Coordinador de Publicidad quien la atenderá directamente o la turnará al Roll como responsable de atender al cliente. Se acreditará como COMERCIAL INTERNA con una comisión del 4% para el Fondo Colectivo y del 10%



o el 6% para el trabajador según si él trae la publicidad y el pago directamente o si sólo transmite el informe sobre el cliente. Si la publicidad fuera de agencia, la única comisión que se ganará será el 5% si se trae directamente o del 3% si sólo se informa sobre el cliente.

- 6.- Cualquier material o texto publicitario deberá contar obligatoriamente con una orden de inserción previa. Dicha orden deberá acreditar el tipo de publicidad de acuerdo a la clasificación anterior y las comisiones pagables según el caso.
- 7.- No procederá ningún descuento, salvo autorización expresa del Director General, del Gerente General o de un Subdirector. Los accionistas de La Jornada tienen derecho desde ahora y durante todo 1985 a un descuento no adicionable del 15% en la publicidad que ordenen. Esta publicidad se considerará COMERCIAL DIRECTA y no causará comisiones.
- 8.- No procederá ningún anuncio por intercambio, salvo que corresponda a un convenio establecido previamente y autorizado por la Gerencia General.
- 9.- El crédito se regirá por acuerdos específicos. Casuísticamente sólo se otorgará con la firma de aval o garantía de algún funcionario o reportero. Especialmente quedan vedados los créditos a cualquier cliente con adeudos vencidos.
- 10.- Para pagos con documentos, sólo se aceptarán cheques certificados. En casos excepcionales se aceptarán cheques personales, siempre y cuando sean avalados o garantizados mediante firma por algún directivo o reportero del diario.
- 11.- Los corresponsales o agentes de La Jornada en el interior de la República recibirán en lo general el 10% de toda la publicidad que obtengan y cobren.
- 12.- Queda expresamente prohibido que cualquier agente de publicidad o trabajador del periódico solicite o acepte la inclusión de gacetillas o anuncios velados en las áreas de información o producción.
- 13.- Es importante que la coordinación y el respeto prevalezcan entre los agentes de publicidad, con los reporteros y entre el personal todo de La Jornada. La publicidad es importante pero de ningún modo se aceptará que sea fuente de cualquier conflicto o manejo poco ético.
- 14.- Este reglamento queda sujeto a modificaciones de acuerdo al mejor interés del diario y de su personal. Toda sugerencia para mejorarlo será bienvenida.

À T E N T A M E N T E

DAVID MARQUEZ AYALA
Gerente General

México, D.F., 1º de noviembre, 1984